

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN *E-COMMERCE* TRAVELOKA DI MALANG**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Ninda Mustiasri Sumarsih**

**201410160311130**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2018

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-COMMERCE TRAVELOKA DI MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ninda Mustiasri Sumarsih

NIM : 201410160311130

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 07 Juni 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dr. Widayat, M.M.

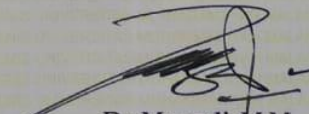
1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

  
Dr. Marsudi, M.M.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘Alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan *E-commerce* Traveloka di Malang”. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Sarjana Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik berupa bimbingan, saran dan motivasi yang diberikan. Atas segala rasa hormat dan terima kasih, penulis ucapan kepada :

1. Drs. H. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Hj Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr Widayat, M.M selaku pembimbing I dan Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah banyak membantu, membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengampu mata kuliah dan staff program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membagi dan memberikan pengetahuan yang lebih selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua yang sangat penulis cintai yakni Ayahanda Mustokhid dan Ibunda Sri Hartini yang selalu memberikan semangat, doa dan motivasi baik materi maupun non materi selama penyusunan skripsi ini dilakukan.
6. Ketiga adik-adik Dimas Trisna Mustiharyo, Nurtaufik Septian Hidayat dan Tsaqib Adibya Mustiharyo.
7. Sahabat seperjuangan yang sudah seperti saudara sendiri selama menempuh S1 pada program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yakni Nana, Latifah, Anisah, A’yun, Rara, Asa yang selalu ada untuk memberikan dukungan dan motivasi selama kuliah dan dalam penyusunan skripsi.
8. Kawan-kawan Kuliah Kerja Nyata (KKN) terutama Novi dan Icha.

9. Kawan-kawan seperjuangan bimbingan Dr. Widayat, M.M terutama Dita yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
10. Kawan-kawan seperjuangan bimbingan Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M terutama Eva Rosdiana yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
11. Kawan-kawan Manajemen C angkatan 2014.
12. Kawan-kawan konsentrasi Manajemen Pemasaran.
13. Kawan-kawan Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok A No.4.
14. Kakak Amiruddin Kalbuadi yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi dan membantu penulisan skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun serta segala masukan yang berharga sangat penulis harapkan dari pembaca skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Malang, 2 Mei 2018

Penulis,

Ninda Mustiasri Sumarsih

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir .....	20
D. Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Lokasi Penelitian .....	24
B. Jenis Penelitian .....	24
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
E. Jenis Dan Sumber Data .....	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Penskalaan Data.....	29

H. Uji Instrumen .....	31
I. Uji Asumsi Klasik.....	32
J. Teknik Analisis Data.....	33
K. Uji Hipotesis .....	34
<b>BAB IV PENELITIAN dan PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	36
B. Gambaran Karakteristik Responden .....	37
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
D. Uji Instrumen .....	48
E. Uji Asumsi Klasik .....	50
F. Uji Analisis Data.....	52
G. Uji Hipotesis .....	54
H. Pembahasan.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
A. KESIMPULAN.....	61
B. SARAN .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 2.2 Perbedaan dan Persamaan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban dengan Skala Likert .....	29
Tabel 3.3 Pengelompokan Tanggapan Responden .....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	39
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan (X1).....	40
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan (X2).....	43
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas ( <i>Glejser</i> ) .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas .....	51
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan <i>E-Commerce Traveloka</i> .....	54

Tabel 4.14 Hasil Uji Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan <i>E-Commerce</i> Traveloka.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan <i>E-Commerce</i> Traveloka .....	55





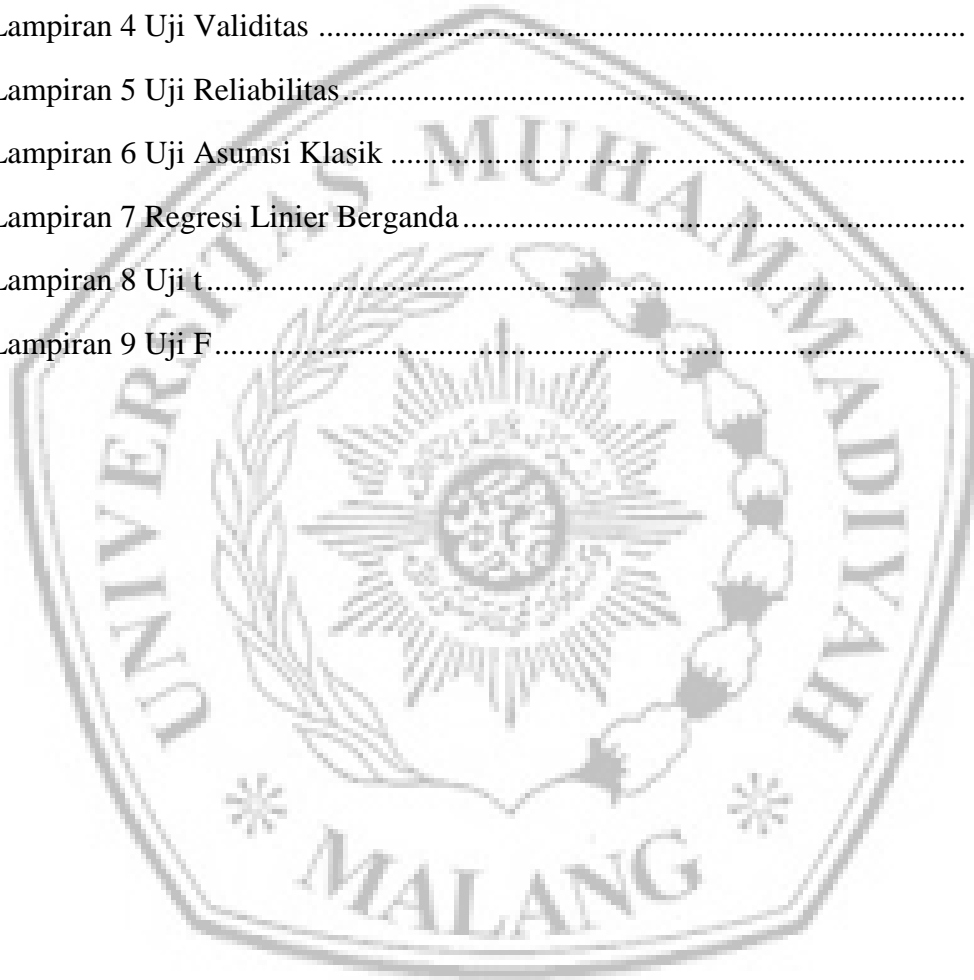
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Situs Agen Penjualan Tiket Online Dari Maret-Mei 2017 .....	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung Situs Traveloka Dari Agustus-September 2017 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	20



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	
Lampiran 3 Jawaban Rekapitulasi Jawaban Responden .....	
Lampiran 4 Uji Validitas .....	
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	
Lampiran 7 Regresi Linier Berganda.....	
Lampiran 8 Uji t.....	
Lampiran 9 Uji F.....	



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H & N, Rubiyanti. 2014. “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Forum Jual Beli (FJB) Kaskus”. Skripsi Sarjana Program Studi Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi VI. Yogyakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barnes, J. G. 2008. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: ANDI.
- DailySocial.id. 2017. “Post Traveloka Poin” <https://dailysocial.id/post/traveloka-poin>. [diakses pada 8 oktober 2017].
- Detik.com. 2017. “Keluhan Pelanggan Traveloka” <https://news.detik.com/berita/d-3557245/penjelasan-traveloka-soal-keluhan-refund-tiket-misterius-yang-viral>. [diakses pada 11 Oktober 2017].
- Faiz, M., A. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap loyalitas berbelanja online di OLX.co.id”. Skripsi Sarjana Program Studi Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Kiswara, A., E. P. 2017. “Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas Pelanggan pada Layanan *E-Commerce*”. Skripsi Sarjana Program Studi Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kotler, P. 2004. *Marketing Insights From A to Z: 80 Konsep yang Harus Dipahami Oleh Setiap Manajer*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, Kevin., L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & W. Jochen. 2011. “*Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*”. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, B. R. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsella, D. 2017. "Pengaruh Kepercayaan, Keuntungan yang dirasakan dan Kualitas Web pada sikap Konsumen atas Pembelian Tiket Pesawat Secara Online". Skripsi Sarjana Program Studi Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lampung.
- Noerhemaya, Y., A. 2016."Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang". *Jurnal Manajemen*, Vol.5, No. 3, hlm: 1-13.
- Nuraini, I., S. 2017."Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang pada situs Traveloka". Skripsi Sarjana Program Studi Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Setyanti, E., P. 2014. "Website Penyedia Booking Tiket" <https://id.techinasia.com/website-booking-tiket-pesawat-travel-liburan-indonesia>. [diakses pada 11 Oktober 2017].
- Setyawan, B., D. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai variabel Intervening". Skripsi Sarjana Program Studi Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Similarweb.com. 2017. "Pengunjung Situs Traveloka" <https://www.similarweb.com/website/traveloka.com>. [diakses pada 11 Oktober 2017].
- \_\_\_\_\_. 2017. "Pengunjung Situs Agen Penjualan Tiket Online" [www.similiarweb.com](http://www.similiarweb.com). [diakses pada 11 Oktober 2017].
- Sutojo, S. 2003. *Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Tandjung, J., W. 2004. *Marketing Management: Pendekatan pada nilai-nilai pelanggan*. Edisi kedua. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Perinsip, Penerapan dan Penelitian* Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F & Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Statisfaction*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI.

Wardani, S., R. 2015."Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta". Skripsi Sarjana Program Studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Widayat & Amirullah. 2002. *Riset Bisnis*. Edisi satu. Surabaya: CV. Cahaya Press.

